新媒体环境下新闻报道策划的创新途径

段 平
（南阳日报社， 河南 南阳 473000）

摘 要：随着互联网技术的快速发展，信息技术更是日新月异。在当前的互联网环境和社会环境下，短短数年间新媒体就从诞生后迅速步入高速发展行列。新媒体的出现给新闻报道带来了较大的冲击，同时也是一份前所未有的挑战和机遇。“新媒体 + 互联网”形成了一种全新的媒体环境，为人们的生活提供了更方便、快捷的信息获取渠道，人们可以借助手机等网络终端设备第一时间获取世界的风云变幻。在新媒体环境下，新闻报道策划应予以改革和创新，跟随社会的发展与时俱进，才能在新时代、新媒体环境下良好发展。本文首先对新闻报道策划进行了概述，通过对新媒体环境下新闻报道策划的发展和重要性进行探讨与分析，提出了在新媒体环境下新闻报道策划的创新途径。旨在为相关行业人员提供相应的参考。

关键词：互联网技术；信息技术；新媒体；新闻报道；报道策划 **中图分类号：**G212 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）02-066-03 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.02.018
本文著录格式：段平 . 新媒体环境下新闻报道策划的创新途径 [J]. 中国传媒科技，2021（02）：66-68.

导语

随着社会的发展和人们生活质量的提升，大众审美水平也在不断提升，同时，人们生活节奏加快，无论在忙碌工作还是享受生活休闲时，都希望借助有效率的工具去进行。应媒体市场需求的变化，新媒体顺势而生，新媒体呈现新闻方式更快捷、更直观、涵盖更全面，大到国家大事（例如 2020 美国大选）、小到人民大小事（衣、食、住、行），通过短视频、直播的方式直接呈现给用户。虽然，从现实角度来看，新媒体下的新闻信息质量参差不齐，信息正确性有待确定，但新媒体用户依然在迅速增加。现阶段，新闻媒体发展受新媒体影响，用户不断减少，万千经验告诉我们，当一项优秀技术和运作方式跟不上时代发展的步伐，终会被时代抛弃。新闻报道策划要避免这种现象，也应跟随时代的步伐，不断突破陈规陋习，突破往日的局限性思维，将新媒体特点与新闻报道策划相互融合，从而寻求新闻报道策划的不断创新和发展。

1. 新闻报道策划概述

1.1 新闻报道策划的概念

在新闻信息传播中，新闻报道策划是在实事求是的基础上，起到对新闻信息策划、安排的作用，通过对报道新闻的内容、角度、时间和方式进行规划、传播，从而体现出新闻事件的信息价值和社会价值，反映出新闻事件的本质。在现阶段新媒体环境下的新闻报道策划中，新闻策划工作者要策划最佳新闻报道方案，通过最佳的新闻报道方式，对将要发生或已经发生的新闻事件进行分析和传播。

1.2 新闻报道策划的分类

首先，新闻报道策划以报道客体发生状态分类，可以分为可预知的、重大事件新闻的报道策划以及不可预知的、重大事件报道策划，例如，国家会议、奥运会、国庆等事件就是可预知性的新闻报道策划；而飞机事故、火灾、地震等无法预见的突发事件就是不可预知性的新闻报道策划。其次，新闻报道策划以报道客体运行状态分类，可以分为周期性和非周期性报道策划，例如，对日常新闻有时间规划的、按一定周期（周、月、期等）进行报道的新闻就是周期性报道策划；对不能提前纳入周期报道的突发性新闻事件，紧急策划报道的就是非周期性策划报道。最后，新闻报道策划以策划运行方式分类，可以分为独立型和连动型报道策划，例如，对国家政策改革、人大会议召开等新闻事件，媒体以旁观者角度进行客观报道的属于独立型报道策划；对新闻进行报道的同时参与策划并具有相互作用的，如公关活动、公益活动等属于连动型报道策划。

2. 新媒体环境下新闻报道策划的发展现状

2.1 新媒体发展现状

近年来，随着我国信息技术的不断发展，新媒体行业发展规模越来越大，根据大数据显示，2017 年新媒体市场规模在 7500 亿元左右，截至 2020 年，新媒体市场规模达到了 9000 亿元左右，中国短视频平台用户也达到 8.57 亿人。随着网络的不断发展，在 5G 时代发展下，新媒体平台发展速度将更加快速，因此，未来新媒体也将吸引大批媒体人才汇聚，从而呈现更迅猛的发展态势，届时，媒体市场竞争也将更加激烈。[1]

2.2 新闻报道策划发展现状

2.2.1 新闻报道策划的产生

随着我国传媒行业与互联网结合后的快速发展，产生了多种形态的媒体平台，在互联网环境下，社会信息透明度越来越高，使过去有限的新闻资源由“独享”状态转变为“共享”状态，各媒体之间的竞争也踏入了共享资源领域，同样的新闻资源竞争下，策划制胜就是出奇制胜。[2] 另外，在线上各形态新闻媒体激烈竞争的大环境下，如何在媒体市场占据竞争优势，是每个媒体平台都较为重视的问题，因此，新闻报道策划在媒体界大

兴而起。如何在保证新闻事件实事求是的基础上标新立异是新闻报道策划工作中一直争论不休的内容，但不可否认的是，新闻报道策划是时代发展的必然产物，也是媒体行业激烈竞争下的必然需求，因此，在新媒体环境下，新闻报道策划工作尤为重要。

2.2.2 新闻报道策划的发展

在信息技术的不断发展下，信息的传播方式出现了颠覆性的变化，互联网以及网络终端设备（手机、电脑等）的普及，更好的促进了新媒体的发展，新媒体环境下数字化、短视频平台渠道传播，使新媒体实现更好的发展和崛起。传统媒体的信息传播效率远远低于新媒体下的信息传播效率，因此而逐渐没落。在互联网技术和信息技术的支持下，为信息与新闻事件的传播提供了更快捷的渠道，实现了新闻报道的可视性、数字化的策划和传播。同时，互联网的发展也为新闻报道策划提供了重要的渠道资源。在新媒体环境下的新闻报道策划工作尤为重要，如何以策划的角度找出独家视角，从而提高新闻事件的传播效率，是新媒体下新闻报道策划的重要工作目标。

2.2.3 新闻报道策划的现状

过去，新闻媒体行业是垄断的，人们对新闻、传媒需求也并不高，市场趋于平稳状态；但随着时代的变化，新兴媒体层出不穷，媒体行业百花齐放，人们对新闻、传媒的需求也在发生巨大转变。现如今，新闻媒体行业包括文化行业都已经由卖方市场转变为买方市场。新闻报道策划不仅仅针对新闻信息发布的规划，还包括对新闻报道的效率性，以及如何借助抖音、快手等热门平台优势，实现新闻报道的第一时间传播。具有创新性的新闻报道策划已经逐渐成为新闻报道的灵魂工作，是众媒体在激烈市场竞争下共同追求的一种求同存异、特立独行的工作特质。

2.3 新闻报道策划的发展空间

现阶段，新媒体下的新闻报道策划发展空间巨大。如今正处于新媒体发展的初期，在没有形成一定规则约束下，新闻媒体报道分散、策划内容基本类似、部门媒体策划底线不明确、部分媒体报道策划意识薄弱等现象，因此，目前我国新媒体环境下的新闻报道策划的发展有待完善，在新闻报道策划中难以看到策划的创新性、先导优势和原创性，整体报道策划内容大同小异。另外，也有部分新闻策划存在无底线、标题党等问题，应在创新的道路上不断迎难而上，才能使新闻报道策划不断创新和发展。

3. 新媒体环境下新闻报道策划的重要性

3.1 新闻报道策划使新闻更有新意

新媒体时代，在新闻媒体间激烈竞争下，新闻受众也就是用户是各家媒体争夺的目标，在这个快节奏的新媒体时代，谁优先吸引了用户（受众）的注意力，谁就能获取更大的利益。对用户来说，网上许多新闻策划内容、形式、版面同质化严重，用户很容易出现审美疲劳现象，从而降低新闻对用户的吸引力。在这样的现状下，新闻报道策划可以对新闻报道过程进行全面把控，对新闻资源和素材的获取、新闻线索的加工、新闻内容和新闻标题的精心策划，充分挖掘新闻中的特色信息，抓住时机，制定具有特色和个性化的新闻报道，根据不同形式的新闻呈现，作出吸引眼球、独树一帜的新闻报道，更强调出策划在新闻报道中的重要性。

3.2 新闻报道策划使新闻更有深度

社会的不断发展和人们生活、工作结构的不断变化，人们为了对身边、社会、国家、世界等各个环境中的事物更加了解，对新闻信息的需求也越来越高、越来越精确。在不同的新闻环境下，新闻信息获取途径也不相同，在现代新媒体环境下，信息来源渠道较多，信息的获取速度也在变快，新闻报道策划同时也是一份快节奏的工作。如何在快节奏的情况下长久保持新闻报道策划的真实性、灵活性和创新性，而不是只作流水新闻、快餐新闻，是广大媒体新闻报道策划工作者需要重视的问题。良好的稿件策划，能使策划者更深入的挖掘出新闻事件中富含的有深度的内容，从而衍生出更新颖的主题，并有利于记者与用户之间建立更深入性的联系。在报道策划工作中，需要注重内容真实性的同时，也要抓住事件的中心和重点，通过一定的准备和发稿计划，才能控制在新闻报道过程中纰漏的减少，从而提高用户和观众对新闻报道的关注度和对新闻事件的深入了解。

3.3 新闻报道策划能提高媒体和观众的互动性

在过去，传统媒体和观众之间缺乏互动环节，观众也只有“观众”这一角色，在现代化的新媒体环境中，许多媒体平台都具备用户注册、关注等功能，使新闻观众逐渐转化为新闻用户。同时也增加了 @、评论等互动环节，提高了观众和媒体之间的粘性，同时也增加了用户对新闻报道的兴趣和积极性，例如，在抖音等新媒体平台上，经常可以看到用户在感兴趣的新闻评论里实施“催稿”、在线等报道等行为。在这种发展态势下，用户由被动的新闻服务逐渐转化为主导性位置，媒体在进行新闻报道策划的时候，更注重用户的感受和满意度，这也促进了媒体行业的良性发展。[3] 随着媒体环境格局的变化，新时代新媒体行业也具有一定的特性，新闻报道策划职位的出现，包括未来新闻报道策划职位经过不断发展，也将在媒体企业中拥有更多主动性和权利。

4. 新媒体环境下新闻报道策划的创新

4.1 对新闻采编渠道进行创新

新闻报道策划包含了新闻采编、新闻内容策划和新闻报道三个重要环节。新闻采编是新闻报道策划中的重要依据，现阶段新闻报道策划存在同化现象严重等问题，因此，应加强对新闻采编渠道的创新，才能从根本上提高新闻报道策划的原创性和创新性。

4.1.1 通过社交平台挖掘新闻来源

应通过对微博、知乎、贴吧等发言交流平台进行信息

的挖掘，还可以通过鼓励、悬赏的方式在这些社交平台寻求爆料，利用微信、QQ 等社交平台私信爆料，使用短视频、直播方式进行新闻爆料，新闻采编记者也保证第一时间采集具有新闻价值的爆料信息，并提供给爆料者一定的奖励，从而促进民众与媒体之间的交流，达到拓展新闻来源的目的。

4.1.2 直播方式的新闻采编渠道

当出现突发新闻事件，直播方式的新闻报道可以使新闻传播效率最大化，因此，应为直播方式的新闻报道提供更多便利。例如，2016 年河北一男童坠 40 米深井事件，数百家媒体前往事件现场，使用直播方式让大家一起关注事件进程，引发上亿人在线观看，共同祈祷奇迹发生；还有 2020 年日全食等，让观众对全国各地日全食时间一目了然，实时观看。[4] 直播方式使用设备也比较简单，可通过手机 + 互联网就能达到直播条件，也大大保障了新闻的时效性。

4.1.3 提高新闻采编人员的信息价值判断力

新媒体环境下，新闻采编人员需要对新闻资料进行科学统分，从而才能在海量信息中提出具有新闻价值的信息，通过与媒体平台相互 结合，增强新闻的信息价值和舆论引导作用。因此，提高新闻采编人员对信息价值的判断力，是保证新闻报道价值的有效措施。首先，新闻采编人员在信息采集过程中，要保持对新闻信息的敏感度，在网络发达的新媒体环境下，观众审美差异性大，只有保持新闻敏感度，新闻采编人员才能快速、有效的获取有价值的新闻资源；其次，新闻采编人员要深入挖掘新闻报道视角，使新闻内容突破局限，具有创造性的使新闻价值升华，也可以根据观众对新闻信息的需求和习惯的视角进行新闻的采编，从而保持新闻的热度和传播性；最后，新闻采编人员也要从新闻报道形式上下工夫，打破形式单一的采编制作形式，提高报道灵活性，从而获得年轻受众的喜爱，达到对新闻采编渠道创新的目的。

4.2 对新闻报道形式进行创新

在新闻报道形式中，“创新”一词，具有千变万化的含义。新时代新闻结构下，人们使用手机、电脑等网络终端设备了解新闻信息已经成为常态。例如抖音、火山等短视频平台，根据大数据显示，2019 年底，国内互联网用户达到了 11.56 亿，在如此客观的数据下，许多媒体都利用自身品牌优势，纷纷投入到新媒体平台，并利用新闻资源优势、策划优势、新闻发布速度优势等多种优势下，在多个平台中充分发挥出品牌效应。目前，在抖音等平台上已有多家官方媒体入驻，创办官方微博、官方抖音号等，充分利用了互联网时代新媒体环境的发展优势。例如，四川广播电视台在抖音平台的官方账号，通过对线上、线下不同行业新闻事件的挖掘和快速发布，通过短视频和直播的方式，在不间断的运营下，截至 2020 年 11 月份，共获得了 3650 万抖音用户的关注。再如，浙江卫视在抖音 App 上官方账号浙江卫视，通过短视频和直播的方式，以及对电视台节目回放的方式吸引新媒体观众，截至 2020 年 11 月份，共获得了 1669 万抖音用户的关注。[5]

4.3 对新闻策划方式进行创新

在新媒体时代环境下，对新闻报道策划方式提出了更高的要求，需要新闻采编人员在保持内容真实性、公正客观、秉承职业道德的基础上，灵活的使用文字、视频和图片结合的多种方式进行新闻报道。从而增强新闻事件的舆论性。通过官方网站、公众号、短视频平台、微博等多种方式对新闻内容有效传播。根据不同的新闻传播平台，所采用的新闻策划方式也不同。在传统的电视媒体中，新闻内容的温度和深度较为重要，影响到电视媒体较为权威的公众形象；在新媒体时代环境下，新闻传布速度快速，媒体应对自身专业性和品牌形象加以充分利用，在新的平台以短视频、标题的方式扩展媒体业务，在媒体品牌巨大影响力下，从而达到媒体对新媒体新闻的价值性传播。例如，2020 年四川观察对全国两会的追踪报道，通过主播解说的方式，以短视频、连续剧的形式发布在平台上，讲解了全国两会的各项内容，目前已更新多集，播放量达到了 1.4 亿。可以看出，新媒体下的新闻策划方式与只对会议进行报道的策划方式相比，这种创新的策划方式更能起到好的播报效果，同时，也营造了一种良好的社会氛围。

结语

综上所述，新媒体环境下对各大媒体和记者的要求都越来越高，在媒体行业激烈竞争下，新闻报道策划能起到掌控媒体市场受众喜好、新闻事件报道策划的重要作用。另外，在新闻报道策划中，无论是媒体平台还是新闻策划工作者，都应该基于实事求是的基础上，用灵活的方法、精确的语言、创新的策划还原出新闻事件的真相，同时，也希望新媒体下的新闻报道策划工作者能起到对社会的监督责任。媒

参考文献

[1] 王晓丽 . 新媒体环境下新闻报道策划的创新途径 [J]. 新闻研究导刊，2019（12）：0156-0157.

[2] 蔡淑婷 . 新媒体时代新闻报道策划的数字化创新 [J]. 新闻研究导刊，2019（04）：0050-0052.

[3] 刘哲 . 新媒体时代编辑如何组织策划新闻报道 [J]. 新闻传播，2017（7）：84+86.

[4] 庄兰英 . 新媒体视角下电视新闻采编策划特点分析 [J]. 新闻研究导刊，2020（05）：9+11.

[5] 赵磊明 . 新媒体时代新闻采编策划特点及创新措施研究 [J]. 科技传播，2019（248）：0061-0062.

作者简介：段平（1980-），女，河南南阳人，记者，研究方向：新闻传播。

（责任编辑：张晓婧）